هیوز یک دهه قبل از فیسبوک را ترک کرده بود و به تأسیس پروژه امنیت اقتصادی، یک اتاق فکر مترقی، ادامه داده بود. او در مقاله خود استدلال کرد فیسبوک خیلی بزرگ و خیلی سریع رشد کرده است. او ادعا کرد که این شرکت رقابت را درهم شکسته است

زاکربرگ چطور به کشتار مسلمانان کمک کرد؟

مسلمان‌کشی با فیسبوک

سجاد حسینی
خبرنگار

در یک دهه، این پروژه خوابگاهی کوچک به یک امپراتوری رسانه اجتماعی در سراسر جهان گسترش یافت. با این حال، در چند سال اخیر، این شرکت مختصات تیره‌تری به خود گرفته است. این پلتفرم اکنون به‌دلیل مسائل مربوط به حریم خصوصی، اطلاعات نادرست و اتحادهای سیاسی مورد توجه قرار گرفته است.

۸ دسامبر ۲۰۱۵ یک ویدئو جدید در فیسبوک ظاهر می‌شود. در این کلیپ کوتاه، دونالد ترامپ. که در آن زمان تنها یکی از نامزدهای ریاست جمهوری بود. در حال ایراد یک سخنرانی آتشین است. او علیه مهاجران انتقاد می‌کند و سپس خواهان ممنوعیت کامل ورود مسلمانان به ایالات متحده می‌شود.

این کلیپ وایرال می‌شود. در عرض چند ساعت ۱۴۰۰۰ بار به اشتراک گذاشته شد و بیش از ۱۰۰۰۰۰ لایک جمع کرد.

برای بسیاری از کارمندان فیسبوک، لفاظی ضدمسلمانان در سخنان ترامپ نفرت‌انگیز است که نقض آشکار شرایط و ضوابط سایت است. آنها می‌خواهند این ویدئو را از سایت حذف کنند.

مارک زاکربرگ مخالف است. پخش این کلیپ همچنان ادامه دارد تا بیشتر به اشتراک گذاشته شود. زاکربرگ از همان ابتدا به تعامل بیش از اخلاق اهمیت می‌داد.

حتی به‌عنوان دانشجوی دانشگاه هاروارد، رویکرد زاکربرگ به شبکه‌های اجتماعی باعث بحث و جدل شد.

در واقع، اولین پلتفرم او، FaceMash، یک وبلاگ بود که برای رتبه‌بندی جذابیت همکلاسی‌های زنش طراحی شده بود. محبوب بود، اما نه در بین همه. این سایت به‌قدری از سوی گروه‌های دانشجویی مورد انتقاد قرار گرفت که زاکربرگ تصمیم گرفت یک پروژه جدید و کمتر تکان‌دهنده به نام Thefacebook را توسعه دهد.

این تکرار ساده و اولیه چیزی که ما اکنون فیسبوک می‌نامیم تنها چند ویژگی داشت. به دانش‌آموزان اجازه می‌داد صفحات شخصی راه‌اندازی کنند، با سایر کاربران ارتباط برقرار کنند و برای یکدیگر پیام بگذارند.

سال ۲۰۰۵، این پلتفرم بیش از یک میلیون عضو داشت و بیشتر آنها بیش از چهار بار در روز وارد سیستم می‌شدند. موفقیت این سایت باعث شد زاکربرگ هاروارد را ترک کند، به پالو آلتو نقل مکان کند و فیسبوک را به‌عنوان یک کار تمام وقت اداره کند.

در این سال‌های اولیه، فیسبوک به سرعت رشد کرد. این هیاهو به حدی بود که یاهو در سال ۲۰۰۶ سعی کرد این شرکت را به قیمت یک میلیارد دلار خریداری کند. او به‌طور مداوم کارکنان خود را تحت فشار قرار می‌داد تا سایت را جذاب‌تر و سرگرم‌کننده‌تر کند.

زاکربرگ هرگز طرفدار بزرگ موفقیت‌های کوچک نبود. در دسامبر ۲۰۰۷، او برای شرکت در جشن کریسمس که توسط یکی از همکاران یاهو برگزار شده بود، تلاش کرد. اما زاکربرگ برای شادی در این جشن شرکت نکرد. کسی آنجا بود که او می‌خواست با او ملاقات کند، زنی به نام شریل سندبرگ.

سندبرگ قبلا به عنوان یک تاجر زیرک شهرت زیادی داشت. رزومه چشمگیر او دارای مدرک تحصیلی از هاروارد و سابقه کاری در بانک جهانی بود. در آن زمان، او به‌عنوان معاون در گوگل کار می‌کرد.

در این مهمانی، آن دو بیش از یک ساعت در مورد کارهای خود صحبت کردند و طی هفته‌های آینده، چند بار همدیگر را ملاقات کردند. در مارس ۲۰۰۸، فیسبوک با افتخار سندبرگ را به‌عنوان مدیرعامل جدید خود انتخاب کرد. سندبرگ فیسبوک را به یک نیروگاه تبلیغاتی تبدیل کرد.

آگوست ۲۰۱۷ است. سای سیت توای اونگ، سربازی از لشکر ۹۹ پیاده نظام سبک ارتش برمه، تلفن خود را روشن می‌کند و به فیسبوک وارد می‌شود. او با دقت یک پست جدید را تایپ می‌کند. خشم خود از مسلمانان و تمایل او به بیرون راندن آنها از کشورش را توصیف می‌کند.

آنگ نیز تنها نیست. در سراسر میانمار، مردم پیام‌های منفی درباره روهینگیا، اقلیت مسلمان این کشور، پست می‌کنند و به اشتراک می‌گذارند. به‌زودی، نفرت به خشونت تبدیل شد.

در ماه‌های بعد، بیش از ۲۴۰۰۰ روهینگیا کشته می‌شوند و صدها هزار نفر دیگر به‌عنوان پناهنده به بنگلادش می‌روند.

این تراژدی قابل اجتناب، همراه با رسوایی کمبریج آنالیتیکا و سایر گام‌های اشتباه برجسته، شروع به از بین بردن محبوبیت فیسبوک کردند

در ماه می ۲۰۱۹، زاکربرگ به پوشش منفی مطبوعاتی عادت کرده بود. اما یک مقاله جدید در نیویورک تایمز مانند یک خنجر از پشت به او وارد شد

بعدا، یک تیم حقیقت‌یاب سازمان ملل درگیری را بررسی می‌کند.

آنها معتقدند که فیسبوک در تشدید تنش‌های نژادی منطقه به یک نسل‌کشی تمام عیار «نقش تعیین‌کننده» ایفا کرده است. تعدیل محتوای ضعیف فیسبوک به خشونت در زندگی واقعی کمک کرد.

تا آگوست ۲۰۱۳، فیسبوک بیش از یک میلیارد کاربر جمع کرده بود که یک دستاورد شگفت‌انگیز بود. با این حال، زاکربرگ اهداف بلندتری داشت. او می‌خواست پلتفرمش میزبان میلیاردها نفر دیگر باشد.

برای رسیدن به این رقم، شرکت باید فراتر از کشورهای ثروتمند و غربی که قبلا محبوب بود، دست پیدا کند.

این شرکت پیش‌بینی نمی‌کرد که چگونه از این پلتفرم در زمینه‌های جدید استفاده شود. همچنین کارکنان کافی برای تعدیل سایت به صدها زبان جدیدی که در آن استفاده می‌شد استخدام نکرد. بنابراین، زمانی که بودایی‌های رادیکال ضدمسلمان شروع به گسترش لفاظی‌های ضدروهینگیا کردند، شرکت حداقل در ابتدا غافلگیر شد.

در اوایل سال ۲۰۱۴، فعالان حقوق‌بشر به فیسبوک در مورد سخنان خطرناک نفرت‌انگیز هشدار دادند. مت شیسلر، یک فعال در میانمار، حتی به دفتر مرکزی شرکت سفر کرد تا به کارکنان در مورد تشدید تماس‌ها برای خشونت هشدار دهد. اما به‌رغم تلاش‌های او، فیسبوک برای مهار این لفاظی‌ها کاری انجام نداد و مردم روهینگیا عواقب آن را متحمل شدند.

این تراژدی قابل اجتناب، همراه با رسوایی کمبریج آنالیتیکا و سایر گام‌های اشتباه برجسته، شروع به از بین بردن محبوبیت فیسبوک کردند. فیسبوک دیگر داغ‌ترین شرکت سیلیکون‌ولی نبود و استعدادهای جدید به‌دنبال کار در جای دیگری بودند. بنابراین، در جولای ۲۰۱۸، زاکربرگ اعلامیه‌ای داد که نشان می‌داد او سعی می‌کند شرکت خود را به مسیر اصلی بازگرداند.

در ماه می ۲۰۱۹، زاکربرگ به پوشش منفی مطبوعاتی عادت کرده بود. اما یک مقاله جدید در نیویورک تایمز مانند یک خنجر از پشت به او وارد شد. کریس هیوز، یکی از بنیانگذاران اولیه فیسبوک نوشته بود: «زمان تجزیه فیسبوک است».

هیوز یک دهه قبل از فیسبوک را ترک کرده بود و به تأسیس پروژه امنیت اقتصادی، یک اتاق فکر مترقی، ادامه داده بود.

او در مقاله خود استدلال کرد فیسبوک خیلی بزرگ و خیلی سریع رشد کرده است. او ادعا کرد که این شرکت رقابت را درهم شکسته است، سریع و آزاد با داده‌های کاربر بازی می‌کند و به‌طور کلی به‌عنوان یک انحصار خطرناک عمل می‌کند.

زاکربرگ حق داشت که نگران بود. هیوز تنها یک مورد از بسیاری از سیاستمداران، دانشگاهیان و حامیان مصرف‌کننده بود که از دولت خواستند فیسبوک را تجزیه کند فیسبوک با شیوه‌های ضدرقابتی خود دشمنان زیادی پیدا کرد.